

*До 100 – річчя Житомирського державного  
університету імені Івана Франка*

***ОСОБИСТІСНЕ ЗРОСТАННЯ  
В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ  
СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА***

**Монографія**

Житомир  
Видавець О. О. Євенок  
2020

**УДК 159.923.2**  
**О 72**

*Рекомендовано до друку вченою радою  
Житомирського державного університету ім. Івана Франка  
(протокол № 8 від 29 вересня 2019 року)*

**Рецензенти:**

**В. О. Моляко**, дійсний член НАПН України, доктор психологічних наук, професор, завідувач лабораторії психології творчості Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України;

**Р. В. Павелків**, доктор психологічних наук, професор, перший проректор Рівненського державного гуманітарного університету;

**Ж. П. Вірна**, доктор психологічних наук, професор, декан факультету психології Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.

**О 72 Особистісне зростання в умовах трансформації сучасного суспільства:** монографія / Ред. колегія: Т. В. Коломієць, Т. Ю. Кулаковський, Г. В. Пирог; за науковою редакцією професора Л. П. Журавльової. – Житомир: Вид. О. О. Євенок, 2020. – 308 с.

**ISBN 978-966-995-055-0**

У колективній монографії «Особистісне зростання в умовах трансформації сучасного суспільства» розглянуто питання, які пов'язані з проблематикою розвитку особистості на тлі різних контекстів функціонування сучасного соціуму. Розкриваються етнічні та екологічні аспекти особистісного зростання, психолого-педагогічні чинники розвитку людини на різних вікових етапах її дорослішання, особливості професійного становлення у сучасних умовах. Висвітлюються нові проблеми узгодженості технологій та психіки в контексті сучасного науково-технічного розвитку.

Для науковців, психологів, педагогів, соціологів, екологів, докторантів, аспірантів, студентів, а також широкої читацької аудиторії.

The collective monography “Personal development in conditions of modern society transformation” is addressing questions connected to problems of personality development in different contexts of modern society. The ecological and ethical aspects of personal growth were described as well as the problem of personal and professional development in conditions of modern society. New problems of coherence of technologies and psyche are elucidated in the context of modern scientific and technological development.

This work will be of use for scientists, psychologists, educators, socialologists, ecologists, undergraduate and postgraduate students and for a wide audience of non-professional audience.

**УДК 159.923.2**

© Кол. авторів, 2020

© Кафедра психології розвитку та консультування  
Житомирського державного університету імені  
Івана Франка, оригінал-макет, 2020

**ISBN 978-966-995-055-0**

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕДМОВА</b> (Л. П. Журавльова) .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ВИМІРИ ОСОБИСТІСНОГО ЗРОСТАННЯ</b> .....	7
1.1. Етнічна ідентичність та особистісне зростання (Л. П. Журавльова, О. Г. Шмиглюк) .....	7
1.2. Екологічна свідомість як умова особистісного зростання підлітків (Т. В. Можаровська) .....	34
1.3. Екологічне ставлення до Іншого як основа особистісного зростання в юнацькому віці (Т. В. Коломієць) .....	47
1.4. Екологічне ставлення до себе як основа особистісного зростання (А. І. Литвинчук) .....	65
1.5. Неформальна субкультура як чинник особистісного зростання молоді (Н. В. Мужанова) .....	84
<b>РОЗДІЛ 2. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ ЧИННИКИ ОСОБИСТІСНОГО ЗРОСТАННЯ</b> .....	95
2.1. Психологія чесності: передумови й розвиток (Л. О. Котлова) .....	95
2.2. Психологічні особливості розвитку навчальних здібностей у підлітковому віці (І. В. Кирильчук) .....	117
2.3. Розвиток творчої особистості в процесі літературної діяльності (І. А. Гречуха) .....	133
2.4. Внутрішній конфлікт особистісного зростання в юнацькому віці (Т. М. Шапран) .....	149
<b>РОЗДІЛ 3. ПРОФЕСІЙНЕ СТАНОВЛЕННЯ У СИСТЕМІ ОСОБИСТІСНОГО ЗРОСТАННЯ</b> .....	166
3.1. Психологічні особливості професійного самовизначення старшокласників, які виховуються у родині та соціальних закладах (Г. В. Пирог, Д. О. Коробко) .....	166
3.2. Сучасний стан та напрями вдосконалення профорієнтаційної роботи практичних психологів закладів освіти (Г. В. Пирог, Н. М. Шикирава) .....	187
3.3. Психологічні особливості та проблеми професійного становлення студентів-психологів (Г. В. Пирог) .....	192
3.4. Психолого-типологічні особливості студентів як чинник мотивації навчання в магістратурі (О. А. Мірошниченко, О. П. Гуцуляк) .....	201
3.5. Підприємливість як наукова категорія психології розвитку (Т. Ю. Кулаковський) .....	215
<b>РОЗДІЛ 4. МІЖДИСЦИПЛІНАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТА САМОВДОСКОНАЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ</b> .....	233
4.1. Проблематика узгодженості технологій та психіки в контексті сучасного науково-технічного розвитку (Ф. А. Дончев) .....	233
4.2. Когнітивно-поведінкові та фармакологічні методи вдосконалення психічного компоненту особистості (Ф. А. Дончев) .....	258
4.3. Корекція міжпівкульної взаємодії як основа розвитку пізнавальних процесів молодших школярів (А. В. Шаюк) .....	274
<b>ПІСЛЯМОВА</b> (Л. П. Журавльова) .....	288
<b>ЛІТЕРАТУРА</b> .....	289

Таблиця 4

**Розподіл студентів магістратури різних темпераментів  
за видами мотивації (у %)**

Види мотивації	Типи темпераментів			
	Холеричний	Сангвінічний	Флегматичний	Меланхолічний
Професійно-результативна	1,4%	1,4%	4,2%	4,2%
Пізнавальна	8,5%	5,6%	8,5%	4,2%
Соціальна	5,6%	9,9%	5,6%	7,1%
Базова	11,3%	14,1%	5,6%	2,8%
% від заг. кількості	26,8%	31,0%	23,9%	18,3%

Таким чином, робота з вивчення мотивації студентів має практичну значущість у тому сенсі, що, дослідивши переважаючі типи мотивації у магістрантів різних спеціальностей, викладач може спрямувати свою професійну діяльність на активізацію навчально-виховних впливів, притаманних кожній мотивації. Наступним кроком ми вважаємо, що необхідно створити типологію особистості студента магістратури, спираючись, з одного боку, на фізіологічно обумовлені властивості особистості (тип нервової системи, тип вищої нервової діяльності, темперамент), а з іншого – на соціально обумовлену підструктуру особистості, одним із центральних компонентів якої ми вважаємо мотивацію.

**3.5. Підприємливість як наукова категорія психології  
розвитку**

**Психологічні чинники проблем розвитку підприємництва у сучасному українському суспільстві.** Відповідно до ст. 3 Основного Закону України (Конституції України) «Людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканість і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю». В країні з ринковою економікою забезпечення гідного життя населення покривається наявними доходами громадянина. За даними державної статистики (2017 р.) у структурі доходів населення заробітна плата складає 43,8%, соціальні допомоги та інші одержані соціальні трансферти – 34,1%. Із отриманих доходів населення витрачає на придбання товарів та послуг – 89,7%. Споживчі грошові витрати у 2017 р. складали 92,9%, із них: продовольчі витрати – 51,3%, непродовольчі (включаючи комунальні витрати) –

41,6% (Статистичний..., 2017). За інформацією Я. Ткачук, українці витрачають на оплату комунальних платежів 57% своєї заробітної плати, тоді як жителі європейських країн витрачають на ці платежі від 10% до 22% заробітної плати: Німеччина та Великобританія – 10%, Австрія – 11%, Іспанія – 17%, Греція – 21%, Угорщина – 22%. При цьому заробітна плата у цих країнах складала в доларах США: Німеччина – 3533,0; Великобританія – 3843,1; Австрія – 3820,7; Іспанія – 2552,7; Греція – 1600,1; Угорщина – 921,8 і Україна – 202,8 (Статистичний..., 2017).

Дана економічна ситуація безпосередньо впливає на природний приріст населення України як при плануванні сім'ї, так і при наявності можливостей щодо підтримання стану здоров'я та лікування. Природний приріст населення в Україні у 2017 р. є негативним і складає -210136 осіб, це чисельність населення невеликого обласного центру (так, чисельність населення станом на 01.01.2017 р. складала в обласних центрах (осіб): Ужгород – 115520, Луцьк – 217103, Івано-Франківськ – 228572, Кропивницький – 232314) (Статистичний збірник «Чисельність наявного населення України на 1 січня 2017 року»).

У 2017 р. чисельність новонароджених дітей скоротилася у порівнянні з 2012 р. на 30% (Статистичний..., 2017).

Міграційне сальдо свідчить теж не на користь України. За показниками Державної міграційної служби за 2018 р. оформлено документів для виїзду громадян України за кордон на постійне місце проживання 8551 осіб, повернулось в Україну 1634 осіб (Показники діяльності ДМС за 2018 р.). Це за умови ускладненого виїзду за кордон.

Однак, виїздом з України за кордон окремих громадян не можна вирішити проблему достойного життя населення України. Як не вирішити її і за допомогою міжнародних кредитів та масовим відкриттям магазинів для економ класу (sekond hand). Бо будь-які кредити – це кабала, у яку сучасне населення заганяє себе і своїх нащадків. Забезпечити гідне життя громадянам можуть лише самі громадяни з використанням наявних ресурсів, на які досить багата наша країна.

Одним із головних ресурсів є саме населення зі своїм потенціалом. Розкрити потенціал населення – це одне із найголовніших завдань економічної психології, яке повинно стати наріжним каменем розвитку країни. Практика показує, що прийняття тих чи інших юридичних законів не дає бажаних результатів. Так ми бачимо, що не дивлячись на підтримку державних органів щодо розвитку підприємництва та бажання людей, а іноді й нагальну потребу в організації власної справи

з метою покращання матеріального положення, ефективність вітчизняного підприємництва не може задовольнити ні державу, ні самих підприємців середнього і малого бізнесу.

Однією і, на нашу думку, основною причиною такого положення є відсутність формування та розвитку підприємливості, а звідси і неготовність населення до підприємницької діяльності.

Ми провели дослідження щодо особистості підприємця і його ролі у суспільстві, де особлива увага приділена психологічній складовій капіталу підприємця, вказано на необхідність наявності та розвитку у підприємця такої риси як креативність, розглянуто підприємництво як основне джерело робочих місць, вказано на необхідність належного оцінювання можливостей підприємця як один із кроків до успішної діяльності, загострено увагу на необхідності когнітивного підходу у вивченні феномену підприємця, досліджено образ успішного підприємця в очах студентської молоді (Кулаковський, 2011-2018). Результати проведених нами досліджень та вивчення наукової літератури вказують на необхідність вивчення такого феномену як «підприємливість».

Образ підприємця в уявленнях української молоді. Неефективне підприємництво у нашій країні часто пояснюють впливом на розвиток особистості планово-командної системи управління економікою. Однак за часів незалежності України виросло нове покоління, яке формувалось уже при переході до ринкової економіки та при ринковій економіці. На професійне самовизначення впливають уявлення молоді людини про її професійне майбутнє. Зміст і характер цих уявлень залежить від її досвіду та включення у різні види діяльності (Гельбак, 2017).

Молодь є рушійною силою будь-яких звершень. Включення молоді у підприємницьку діяльність має бути осмисленим: молоді люди повинні мати уявлення про цю діяльність, розуміти її сутність, а також особливості особистості підприємця. Тереза Нельсон вказує, що при навчанні підприємництву слід зважати на гендерні відмінності (Nelson). Актуальність дослідження уявлень молоді про успішного підприємця підсилюється гендерною складовою, на якій наголошують і зарубіжні вчені (MeekWilliam; Thurik, 2002).

Дослідження уявлень сучасної молоді про образ підприємця проводилося зі студентами із двох вищих навчальних закладів м. Житомира, які навчаються за трьома спеціальностями: «Фінанси, банківська справа та страхування», «Психологія», «Ветеринарна медицина». Загальна вибірка склала 46 осіб, середній вік учасників

дослідження склав 20,8 роки. На першому етапі дослідження нами було використано метод ненаправленого асоціативного експерименту, при проведенні якого досліджуваним було запропоновано максимально швидко навести не менше 10 асоціацій на слово-стимул (словосполучення) «успішний підприємець».

Після проведення першого етапу дослідження отримані дані були опрацьовані з використанням методів якісного та частотного аналізу (табл. 1).

Таблиця 1

**Уявлення студентської молоді щодо образу підприємця**

Категорія	жінки		чоловіки	
	Приклад асоціацій	%	Приклад асоціацій	%
Фінансовий успіх	Багатий, багатство, гроші, дохід, прибуток	6	Гроші, достаток, капітал, прибуток, незалежність, багатий	11
Професійна компетентність	Досвідчений, професіонал, профі, ділові папери	20	досвідчений, компетентний, професіонал, умілий	22
Комунікативна компетентність	зв'язки, комунікабельний, домовляється, «рішає»	8	Зв'язки, «криша», Має зв'язки, комунікабельний	9
Лідерські якості	Влада, керівник, підлеглі, лідер,	16	Влада, авторитет, лідер, самостійність	5
Креативність	Винахідливий, креативний, новатор	4	новатор, креатив, креативний, новаторство	14
Соціальне визнання	Відомий, знатний	4	Популярність, перший, репутація, щасливе життя	9
Наполегливість	Енергійний, завзятий, ініціативний, наполегливий	13	Наполегливість, наполегливий, працьовитий	9
Позитивні моральні якості	Товариський, чесний, щедрий, надійний, порядний	9	Мудрий, чесність, щедрість, порядний	5
Здатність до ризику	Ризиковий, сміливий, ризик	3	Ризиковий, сміливий, ризик	11
Негативні моральні якості	Хитрий	5	90-ті, непорядний	5

Як видно з наведеної таблиці, така якість в образі підприємця, як підприємливість, не знайшла відображення.

На другому етапі дослідження з усього отриманого масиву асоціацій було відібрано 10 асоціацій, які зустрічаються в кожній вибірці (по п'ять найбільш вживаних асоціацій з кожної вибірки). На основі даних асоціацій було розроблено бланк, в якому відібрані

асоціації були використані як назви 7-бальних шкал. З використанням розробленого бланку було проведено повторне дослідження, в якому досліджуваних просили оцінити ступінь важливості вказаних у бланку асоціацій для успішного підприємця. Надалі у роботі було застосовано факторний аналіз.

В результаті проведеного факторного аналізу даних, отриманих у вибірці *жінок*, було виділено чотири фактори, які пояснюють 84,75% дисперсії (рис. 1).

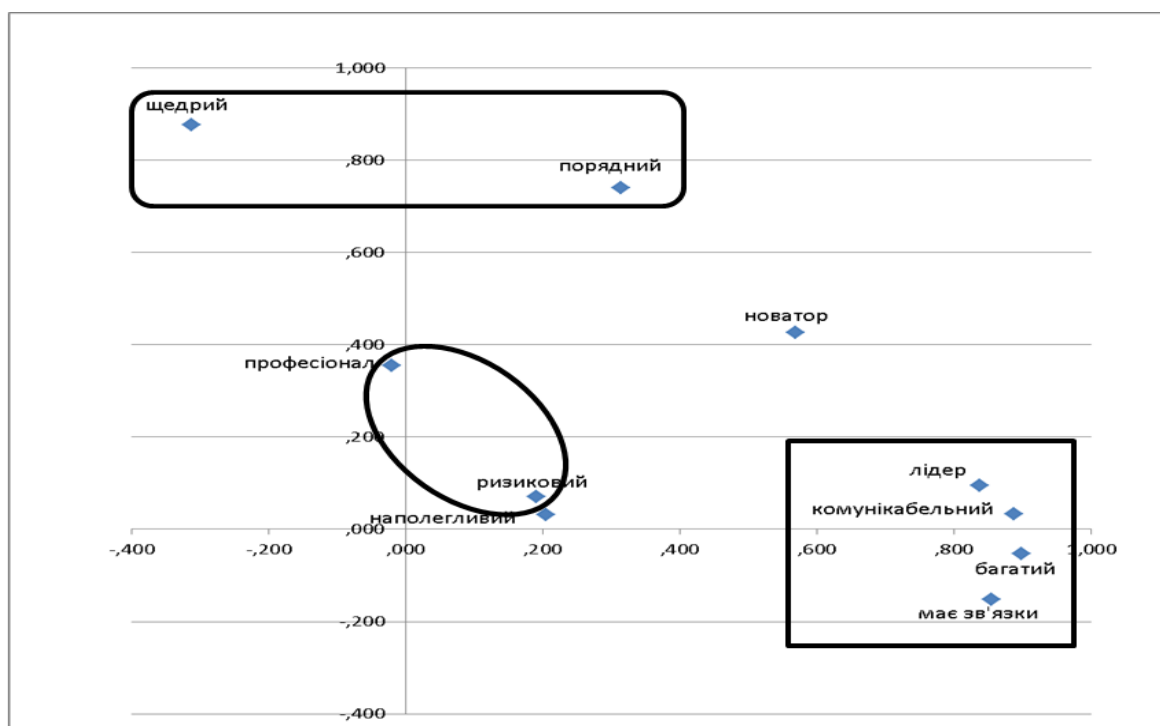


Рис. 1. Факторно-семантичне поле уявлень жінок про успішного підприємця

Перший фактор – 38,58% дисперсії, до нього увійшли такі характеристики успішного підприємця, як багатий (0,9), комунікабельний (0,88), має зв'язки(0,85) та лідер (0,84). Зважаючи на характеристики, які були виражені через даний фактор, вважаємо можливим назвати його «фінансовий успіх». Можна припустити, що фінансовий успіх у підприємницькій діяльності жінки переважно асоціюють з комунікативною та лідерською компетенціями. Окрім цього, жінки вважають наявність або здатність формувати зв'язки важливою складовою досягнення успіху у підприємницькій діяльності.

Другий фактор пояснює 18,02% дисперсії. До даного фактору увійшли наступні характеристики: щедрий (0,88) та порядний (0,74).



Даний фактор, на нашу думку, може бути названий «позитивна репутація». Можна припустити, що успішний підприємець сприймається жінками як постать, що виступає носієм позитивних моральних цінностей.

Третій фактор, що пояснює 15,39% дисперсії, включає такі характеристики: ризиковий (0,87) та професіонал (-0,69). Даний фактор, враховуючи результати кількісного аналізу, може бути названий «професіоналізм». Аналізуючи його складові, можна припустити, що жінки вважають ризиковану діяльність не професійною, а розглядають успішного підприємця як не схильного до ризику.

До четвертого фактору (12,76%) увійшла характеристика наполегливий (0,93). Зважаючи, що через даний фактор була виражена лише одна змінна, вважаємо можливим назвати даний фактор «наполегливість». При цьому характеристика «новатор» не була виражена через жоден з виділених факторів, оскільки не отримала достатнього факторного навантаження.

Підсумовуючи дані результати, можна припустити, що жінки бачать успішного підприємця як людину, що наділена позитивними моральними характеристиками, професіонала своєї справи, що наполегливо працює над досягненням поставленої мети. При цьому ризик у підприємницькій діяльності вони розглядають як свідчення непрофесіоналізму. Варто зазначити, що основною передумовою досягнення фінансового успіху у підприємницькій діяльності жінки вважають наявність здатності налагоджувати соціальні контакти та керувати групою.

У результаті факторного аналізу даних, отриманих у вибірці *чоловіків*, також було виділено чотири фактори, які пояснюють 78,19% дисперсії (рис. 2).

Перший фактор пояснює 34,06% дисперсії. До даного фактору увійшли такі характеристики успішного підприємця, як лідер (0,96), комунікабельний (0,88), порядний (0,85). Відповідно до складових, даний фактор був названий нами «керівник». Другий фактор пояснює 19,8% дисперсії. До даного фактору увійшли наступні характеристики: ризиковий (0,85) та наполегливий (0,70). Даний фактор, на нашу думку, можна назвати «підприємливість».

Третій фактор (пояснює 13,86% дисперсії) і включає такі характеристики: має зв'язки (0,87) та багатий (0,70). Даний фактор, зважаючи на його складові, був названий нами «фінансовий успіх». До четвертого фактору (10,47% дисперсії) увійшла характеристика щедрий

(0,9). Даний фактор, зважаючи на те, що до нього увійшла лише одна змінна був названий нами «щедрість». Варто зазначити, що, як і в результатах отриманих на вибірці жінок, характеристики «новатор», а також характеристика «професіонал» не були виражені через жоден фактор.

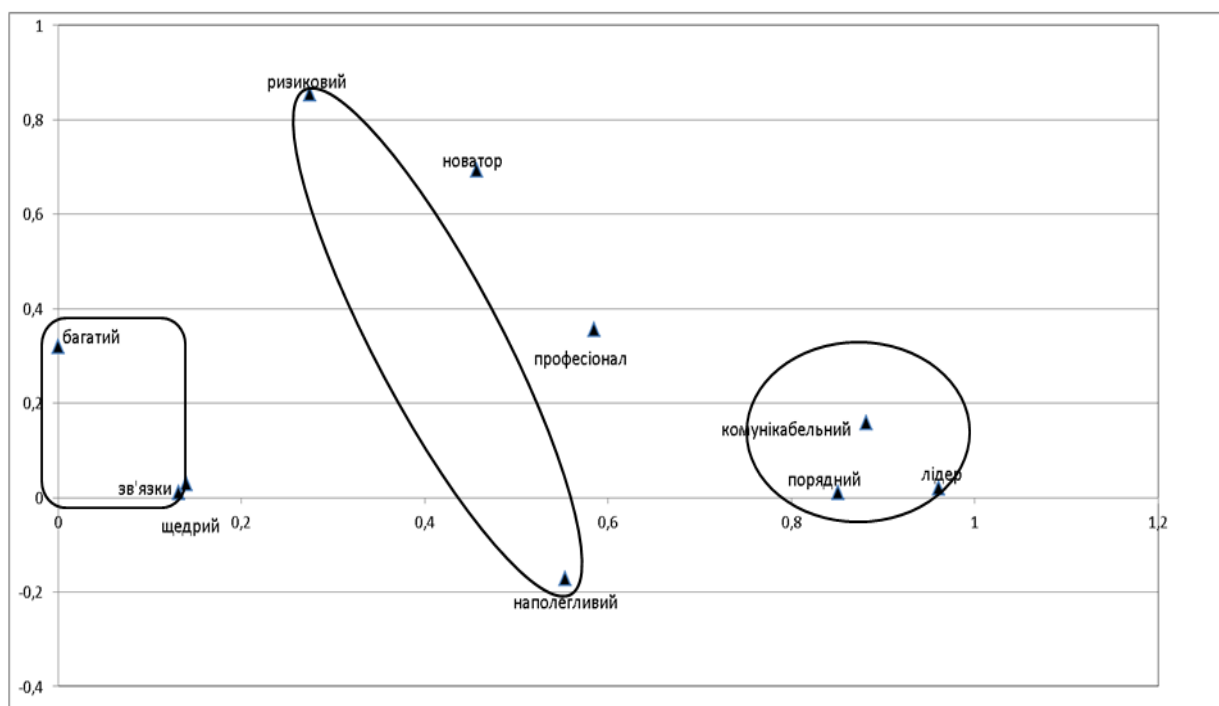


Рис. 2. Факторно-семантичне поле уявлень чоловіків про успішного підприємця

Підсумовуючи наведене вище можна припустити, що чоловіки бачать успішного підприємця як здібного керівника, що позитивно сприймається підлеглими (характеристика «порядний» та «щедрий»), особу, що здатна діяти у полі невизначеності, ризикувати та проявляти наполегливість в досягненні поставленої мети. При цьому варто звернути увагу на те, що в уявленнях чоловіків, досягнення фінансового успіху, насамперед, пов'язано з наявністю зв'язків, а не зі здатністю їх формувати.

Порівнюючи результати якісного аналізу можна припустити, що для жінок в образі успішного підприємця більш важливими є лідерські якості (жінки – 16% асоціацій, чоловіки – 5%) та наполегливість (жінки – 13% асоціацій, чоловіки – 9%). Для чоловіків в образі підприємця важливими виявилися наступні якості: креативність (жінки – 4% асоціацій, чоловіки – 14%) та здатність до ризику (жінки – 3% асоціацій, чоловіки – 11%). Для обох груп виявилися важливими такі

характеристики успішного підприємця як: професійна та комунікативна компетенції, фінансовий та соціальний успіх і позитивні моральні якості.

Загалом жінки сприймають успішного підприємця як людину порядну та професіонала своєї справи, який наполегливо працює для досягнення поставленої мети. При цьому досліджувані бачать схильність ризикувати скоріше як негативну особливість, що не притаманна професіоналу. А досягнення фінансового успіху в першу чергу асоціюють з навичками міжособистісної взаємодії: здатністю встановлювати необхідні соціальні контакти та керувати групою.

Чоловіки бачать успішного підприємця як людину, що здатна діяти ризиковано та проявляти наполегливість у досягненні мети. Також в образі успішного підприємця для чоловіків важливими є характеристики успішного керівника. Разом з тим, слід відмітити, що жоден із респондентів не вказав на таку рису особистості як підприємливість.

**Поняття підприємливості у науковій літературі.** У науковому світі поняття підприємливості розглядається рідко. Зауважимо, що не психологи, а економісти одні із перших поставили питання щодо підприємливості як типу поведінки, що безпосередньо пов'язаний з успішністю підприємництва.

Є. Ф. Чеберко у дисертації на здобуття ступеня доктора економічних наук ще у 1991 р. (початок незалежності України) зазначив, що вводиться в економічну науку нова категорія: *національний потенціал підприємливості*, яка застосовується для характеристики підприємливості в масштабах країни. Йдеться про сукупність індивідуумів, об'єктивно здатних до заповзятливої діяльності та зайняття нею, або здатних нею займатися при сприятливих суспільних умовах.

Він визначає підприємливість як тип економічної поведінки, пов'язаний з пошуком нетрадиційних, піонерних напрямів розвитку продуктивних сил, виробничих відносин, вибором альтернативних рішень, з ризиком і забезпечує вихід на якісно новий рівень розвитку суспільного виробництва (Чеберко, 1991).

Така якість як підприємливість не могла сформуватися в умовах планово-командної системи управління, яка формувала у людей основну якість – сумлінне виконання команд зверху. Окрім того підприємливість у вигляді спекуляції каралась Законом: «Спекуляція, тобто скуповування товарів або інших предметів, на які встановлено державні роздрібні ціни, в підприємствах (організаціях) торгівлі, а так

само інших підприємствах, що здійснюють реалізацію товарів або інших предметів населенню, та їх перепродаж з метою наживи, — карається...» (Кримінальний кодекс України).

Відомий російський психолог Є. П. Ільїн підкреслює, що підприємливість у ці часи розглядалася як чужа нашій дійсності буржуазна якість особистості. Щоб просуватися по службі, бути на хорошому рахунку, треба було бути скромним і «не висовуватися». Старанність і слухняність цінувалися вище ініціативи і творчості. Людина, що багато років працювала на одному місці, викликала позитивні оцінки, хоча цілком можливо, що це було лише наслідком її загальної пасивності. Навпаки, той, хто шукав шляхи реалізації, міняв роботу, прагнув до зростання, викликав підозру. Новатору, який об'єктивно не може не вступати в конфлікт з консервативним оточенням, часто приписувалися (та нерідко і зараз приписуються) як начальством, так і товаришами по службі, негативні моральні якості — кар'єризм, користолюбство і, само собою зрозуміло, нескромність (Ільїн, 2011).

Не випадково в україномовних та російськомовних словниках до розпаду Радянського Союзу таке поняття як «підприємливість» навіть не розглядається, в той час як поняттю «спекуляція» приділяють увагу і С. І. Ожегов, і В. І. Даль, і інші. З переходом на ринкову систему господарювання, з ліквідацією планово-командної системи управління з'являються поодинокі тлумачення у словниках поняття «підприємливість», зазвичай далеко неповні (табл. 2).

Таблиця 2

#### Поняття «підприємливість» у словниках

№ з/п	ПІБ авторів	Визначення
1	Ожегов С. І., Даль В. І., Райзберг Б.А., Лозовський Л. Ш., Стародубцева О.Б., Петровський А. В., Ярошевський М. Г., Войтко В.І., Синявський В.В., Сергєєнкова О. П., Побірченко Н. А., Гуревич П. С., Мещеряков Б. Г., Зінченко В. П., Немов Р. С., Карпенко Л. А., Енцикл. сучасної України	Підприємливість не розглядається
2	Словник української мови	Підприємливість, -вості, жін., книжн. Властивість за значенням підприємливий

№ з/п	ПІБ авторів	Визначення
3	Бусел В.Т.	<b>Підприємливість</b> , властивість за значенням підприємливий
4	Економічна енциклопедія	<b>Підприємливість</b> – здатність осіб, учасників підприємницької діяльності на високому професійному рівні здійснювати заходи, виконувати службові функції, спрямовані на досягнення певних результатів ефективності праці, що дають прибуток фірмі
5.	Позняков В. П.	Предприимчивость — деловая активность, инициативность, способность к начинанию и осуществлению дела, приносящего успех. Предпринять что-либо — значит сделать инициативное, упреждающее действие, проявить активность до того, как будут четко определены ее условия и последствия. Предприимчивость может рассматриваться как более широкий, не связанный только с деловой активностью психологический феномен, обеспечивающий успешную адаптацию человека к жизни в условиях рыночной экономики. Наиболее выразительно эта ценность представлена в молодежной среде

В. Т. Бусел повторює тлумачення словника української мови (Словник ..., 1975, с. 487) та визначає підприємливість як властивість за значенням підприємливий (Бусел, 2005). Автори економічної енциклопедії пов'язують підприємливість лише з підприємницькою діяльністю (Економічна енциклопедія). Д. Н. Ушаков дає наступне тлумачення підприємливості – підприємливий характер, винахідливість, поєднана з енергією і практичністю (Ушаков, 2013). Найбільш повне визначення дає В. П. Позняков, який визначає підприємливість як ділову активність, ініціативність, здатність до почину і здійсненню справи, що приносить успіх. Підприємливість – значить зробити ініціативну, випереджаючу дію, проявити активність до того, як будуть чітко визначені її умови та наслідки.

Він вважає, що підприємливість може розглядатися як більш широкий, не пов'язаний тільки з діловою активністю психологічний феномен, що забезпечує успішну адаптацію людини до життя в умовах ринкової економіки. Найбільш виразно ця цінність представлена у молодіжному середовищі (Позняков, 2005).

Разом з тим ніхто із авторів цих словників не висвітлює психологічний аспект підприємливості, що є досить важливим, адже підприємливість – якість людини, і її наявність, формування та розвиток є прерогативою психологічної науки. Так, у словниках за редакцією А. В. Петровського, М. Г. Ярошевського, В. І. Войтко, В. В. Синявського, О. П. Сергієнкової, Н. А. Побірченко, П. С. Гуревича, Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко, Р. С. Немова, Л. А. Карпенко поняття «підприємливість» не розглядається.

Підсумовуючи тлумачення словників приходимо до думки, що підприємливість – це здатність людини до ділової активності, ініціативності, вміння швидко приймати рішення та діяти в умовах невизначеності, що є дуже важливою якістю в умовах ринкової економіки.

Т. В. Березина та Є. А. Шилова розглядають термін підприємливість виходячи зі словоутворення: префікс «під» означає випередження, а корінь «приєм» – практична справа. Тобто такий термін означає здібність людини здійснювати практичні справи раніше інших (Березина, 2016).

Актуальність цієї проблематики висвітлюється у наукових роботах вчених: педагогів, економістів, соціологів та психологів. Аналіз дисертаційних досліджень за період 1991-2011 рр. показав, що питання підприємливості піднімалося у 21 дисертації, із них: у дисертаціях на здобуття ступеня педагогічних наук – 11, соціальних – 2, економічних – 4, психологічних – 4; за ступенем: на здобуття ступеня кандидата наук – 18, доктора наук – 3 (із них економічних наук – 3).

Важливість вивчення феномену «підприємливість особистості», нагальна потреба суспільства у підприємливих людях спонукала вчених економічної науки до дослідження цієї проблематики при здобутті ступеня доктора економічних наук (табл. 3). Є. Ф. Чеберко проводить дослідження підприємливості як фактора оновлення суспільства (Чеберко, 1991), він вводить новий ресурс економіки: потенціал підприємливості, який не міг бути сформований і накопичений у суспільстві за часів планово-командної системи управління, але який є фактором формування ефективного конкурентного середовища, на думку іншого здобувача ступеня доктора економічних наук – С. Ф. Хашукаєва (Хашукаєв, 2000). О. І. Гаврилов, в рамках дисертаційного дослідження на здобуття ступеня доктора економічних наук, досліджує механізм оновлення управління економікою, де визначає підприємливість як фактор оновлення управління (Гаврилов, 1999).

Таблиця 3

**Поняття «підприємливість» у дисертаційних дослідженнях  
здобувачів ступеня доктора та кандидата наук з економіки**

№ з/п	ПІБ, ступінь	Визначення
1.	Гаврилов А. И., д.е.н.	Уточнено понятие "управленческая предприимчивость", под которой понимается совокупность особых свойств (умение прогнозировать эволюционные и скачкообразные изменения, понимание их движущих сил, способность трезво оценить трудности замены устаревших, но привычных методов и форм работы и т.д.), присущих как коллективам управленцев, так и отдельному менеджеру. Такая предприимчивость проявляется в творческом подходе к решению проблем, в постоянном поиске дополнительных источников роста экономической и социальной эффективности, в смелых, но обоснованных новаторских действиях.
2.	Чеберко Е. Ф., д.е.н.	Предприимчивость можно определить как тип экономического поведения, связанный с поиском нетрадиционных, пионерных направлений развития производительных сил, производственных отношений, выбором альтернативных решений, с риском и обеспечивающий выход на качественно новый уровень развития общественного производства. ...вводится в экономическую науку новая категория: <b>национальный потенциал предприимчивости</b> , которая применяется для характеристики предприимчивости в масштабах страны. Речь идет о совокупности индивидуумов, объективно способных к предприимчивой деятельности и занимающихся ею, либо способных ею заниматься при благоприятно складывающихся общественных условиях.
3.	Хашукаев С. Ф., д.е.н	Сутність поняття «підприємливість» не розглядає.
4	Бартош Л. С., к.е.н.	Сутність поняття «підприємливість» не розглядає. Теоретическая значимость работы состоит в развитии теории и методологической базы оценки результатов использования <b>функции предприимчивости, т.е. нововведений</b> , итогом которых является рост эффективности производства, проявляющийся в повышении производительности труда на промышленных предприятиях.

Долучилися до проблематики накопичення потенціалу підприємливості і представники педагогічної науки. Дисертаційні дослідження на здобуття ступеня кандидата педагогічних наук О. І. Чарушиної, Д. В. Коняєва, Л. В. Єрмолаєвої, М. Н. Умутбаєва, Ю. Ф. Жадаєва, Н. В. Чигиринської, І. О. Федорової, В. Б. Орлова,

К. В. Рибаків, М. А. Селіванов, К. М. Старченка, а також здобувача ступеня кандидата соціологічних наук Р. Х. Токова та здобувача ступеня психологічних наук Н. М. Алленов, направлені на вивчення формування, виховання та розвитку у молоді, що навчається у закладах освіти, підприємливості.

Таблиця 4

**Поняття «підприємливість» у дисертаційних дослідженнях здобувачів ступеня кандидата педагогічних наук**

№ з/п	ПІБ	Визначення
1	Ермолаева Л. В.	... под предприимчивостью понимается способность, синтезирующая различные свойства личности, обеспечивающие ее конкурентоспособность и успешность выполнения ею предпринимательской деятельности. При этом конкурентоспособность определяется нами как способность личности включаться в процесс активного соперничества в условиях рыночных отношений.
2	Жадаев Ю. Ф.	Предприимчивость определяется как способность личности принимать оптимальное решение в нестандартной, постоянно изменяющейся ситуации. Способность сориентироваться в сложной, многоаспектной проблемной ситуации, найти оптимальный выход, и составляет суть предприимчивости личности. Компонентный состав рассматриваемого личностного качества определил выбор основных признаков (самостоятельность, целеустремленность и нестандартность).
3	Коняев Д. В.	Предприимчивость - качество, имманентно присущее личности и представляющее собой форму проявления трудовой, экономической и политической активности, выражающееся в положительном мотивационно-ценностном отношении к нововведениям, в оперативном, самостоятельном и творческом решении задач; проявляющееся в инициативе, решительности, ответственности, способности идти на риск.
4	Орлов В. Б.	Предприимчивость - деловая творческая активность, содержанием которой являются смелые решительные нестандартные действия, в сфере экономической деятельности субъекта.
5.	Рыбакова Е. В.	Сущность предприимчивости не определена. Предприимчивость учащегося-мигранта понимается как качество, формирующееся в результате успешной интеграции школьника в социальную и экономическую среду принимающего общества, и выражающееся в его потребности и способности достигать успеха в учебной и



### РОЗДІЛ 3. ПРОФЕСІЙНЕ СТАНОВЛЕННЯ У СИСТЕМІ ОСОБИСТІСНОГО ЗРОСТАННЯ

№ з/п	ПІБ	Визначення
		профессионально ориентированной деятельности на основе определения возможностей, оценки рисков и принятия нестандартных решений.
6	Селиванова М. А.	Предприимчивость - качество многозначное, включает в себя такие как организованность, инициативность, самостоятельность, активность и т.д. Оно не может быть сформировано изолированно от других качеств, не может проявляться в «чистом виде», вне связи с другими сторонами личности. На развитие предприимчивости оказывает влияние преобразование мышления человека в условиях перехода к рыночным отношениям, а также влияют две тенденции: отказ от стереотипов, снятие барьеров, открывающие путь к творчеству, и нестабильность социальных отношений, сдерживающая процесс формирования нового мышления
7.	Старченко К. М.	Підприємницька діяльність вимагає від людини певних якостей, які ми називаємо як підприємливість особистості. Характерні якості підприємливості людини за визначенням П. Х. Зерхана – це здатність і готовність: проявлять ініціативу; приймати рішення /самостійно – К. М. /; не шадити себе; йти на ризик; розуміти ринок та його розвиток; прагнути до нововведень; бажати керувати людьми; надихати і координувати їх роботу. Отже, підприємливість ми розглядаємо як розвинуте багатофакторне інтегроване новоутворення особистості, що дозволяє діяти наполегливо і активно по досягненню наміченого успіху. Це є спрямованість особистості. В їх структурі проявляються морально-інтелектуальні, вольові, емоційно-спонукальні та діяльнісно-практичні компоненти.
8.	Умутбаев М. Н.	Сутність підприємливості не розглядає
9	Федорова И. А.	Сутність підприємливості не розглядає
10.	Чарушина Е. И.	Предприимчивость – категория более широкая и содержательная, чем деловитость, которая представляет собой форму проявления собственно деловых качеств. Предприимчивость отличает всеохватность подхода к оценке и реализации ситуаций, причём традиционно это понятие принято соотносить с решением сравнительно значимых экономических задач.
11.	Чигиринская Н. В.	Под предприимчивостью мы понимаем способность школьника к инновационно-прагматическому преобразованию действительности в условиях неопределенности и риска. Данное качество влияет на

### 3.5. Підприємливість як наукова категорія психології розвитку

№ з/п	ПІБ	Визначення
		характер оценочных суждений и способ действий старшеклассников. Динамическая модель может быть представлена следующими комплексами качеств: деловитость; инициативность - организованность; самостоятельность - творчество. Критерием для определения уровней развития предприимчивости учащихся служит степень сформированности ее ведущих компонентов: потребностно-мотивационного, содержательно-операционного и эмоционально-волевого. На их основе с учетом возрастных особенностей нами выделяются три уровня: устойчивый; ситуативный; безразличный.

Частка таких досліджень серед тих, що піднімали питання «підприємливості», складає 62%. Категорія «підприємливість» є і соціальною проблемою, так як вона проявляється у суспільних відносинах, окрім того відношення до соціального поняття «підприємлива людина» кардинально змінилося з негативної характеристики (спекулянт) до позитивної, де підприємливість розглядається як тип соціальної активності.

М. Є. Базунова у своєму дисертаційному дослідженні на здобуття ступеня кандидата соціальних наук вказує, що підприємливість полягає в енергійній, ініціативній дії з подолання примусової ситуації, коли потреба в соціально значимій діяльності є для особистості нездоланною. На її думку, підприємливість як тип активності формує в людині особистісні особливості, які в подальшому стимулюють її розвиток. Особистісні особливості носія підприємливості: здатність до активної самореалізації, специфічне сприйняття навколишнього світу, зокрема, ставлення до роботи і грошей. У підприємливості органічно переплітаються об'єктивне і суб'єктивне, внутрішнє і зовнішнє, загальне і особливе, соціальне і психофізіологічне, емоційне і вольове (Базунова, 2007). Л. Г. Хайбулаєва, розкриваючи тему «Предприимчивость в ментальности российского крестьянства», у дисертаційному дослідженні на здобуття ступеня кандидата соціологічних наук сутність підприємливості не розглядає (Хайбулаєва, 1998). Не розглядають сутність поняття «підприємливість» у своїх дисертаційних дослідженнях з питань формування, розвитку підприємливості і автори Є. Б. Филинкова, М. Н. Умутбаєв, Л. С. Бартош, І. О. Федорова, Г. С. Дуліна, С. О. Матошук.

Досить незначна частка дисертаційних робіт з цієї тематики представлена у психологічній науці, але й вони більшою мірою пов'язані з підприємницькою діяльністю, і не дають тлумачення поняттю «підприємливість». Про недостатність уваги зі сторони вчених-психологів до проблеми підприємливості, як якості особистості, свідчить і той факт, що за період 2015–2019 рр. у Психологічному журналі РАН тільки дві статті присвячені підприємництву: у 2016 р. – «Ценностные ориентации предпринимателей с разным психологическим типом деловой активности» В. П. Познякова та у 2015 р. – «Ценностные ориентации предпринимателей в изменяющемся российском обществе» М. А. Журавльова.

Вивчення наукової літератури з питань підприємництва підтверджує необґрунтованість обмеження підприємливості рамками підприємницької діяльності. І це ще раз підтверджує необхідність додаткових наукових досліджень цього питання. Так, Є. П. Ільїн наводить твердження Е. Еріксона, який виділив підприємливість як третю стадію розвитку дитини. Вона зазвичай припадає на вік від чотирьох до п'яти років. Дошкільник вже придбав безліч фізичних навичок і починає сам придумувати собі заняття, а не просто відповідати на дії інших дітей або наслідувати їх. Винахідливість його проявляє себе і в мові, і в здатності фантазувати. Соціальний параметр цієї стадії, говорить Е. Еріксон, розвивається між підприємливістю на одному полюсі і почуттям провини на іншому. Від того, як в цій стадії реагують батьки на витівки дитини, багато в чому залежить, яке з цих якостей переважить в її характері. Діти, яким надана ініціатива у виборі моторної діяльності, які за своїм бажанням бігають, борються, пораяються, катаються на велосипеді, на санках, на ковзанах, виробляють і закріплюють підприємливість. Закріплює її також готовність батьків відповідати на запитання дитини (інтелектуальна підприємливість) і не заважати їй фантазувати і затівати гри (Ільїн, 2011).

Отже, виходячи з вчення Е. Еріксона, підприємливість у людини формується уже в дитинстві. Ця думка Е. Еріксона щільно переплітається з мотивацією досягнення у Д. Макклелланда, який до базових потреб людини додав три мотиваційні потреби: потребу у досягненні, потребу у владі, потребу в приналежності. При цьому Д. Макклелланд припустив, що більшість людей мають змішану мотивацію, але в окремих людей одна із мотиваційних потреб перевищує інші, що варто враховувати, вивчаючи компетентність особи при її прийомі на роботу. Особливу увагу приділив вчений потребі

мотивації досягнення. Виходячи із вчення Е. Еріксона, Д. Макклеланда, Дж. Аткинсона та визначення сутності поняття «підприємливість» можна припустити, що підприємливість ототожнюється з ініціативою за Е. Еріксоном, з потребою у мотивації за Д. Макклеландом та мотивацією досягнення за Дж. Аткинсоном. В такому разі можна константувати, що підприємливість є не вродженою, а набутою якістю. Дана гіпотеза є досить важливою для українського суспільства, так як дозволяє формувати та збільшувати такий важливий національний ресурс для економіки як потенціал підприємливості.

Виникає потреба у розробці механізмів формування і розвитку підприємливості у населення.

Як показує проведений аналіз, більшість дисертаційних робіт направлена на дослідження формування та розвитку підприємливості. Правда, виникає питання: чи не запізно досліджувати питання формування підприємливості у старшокласників та студентів? Можливо у цей час розвитку особистості слід уже вивчати питання наявності та розвитку цієї якості.

На сьогодні немає однозначної відповіді на питання: що являє собою підприємливість з психологічної точки зору: психологічний стан, психологічну властивість, психологічний процес чи психологічне утворення. Певно, проблема криється в неоднозначності підходів до вивчення предмета і об'єкта психології, а також специфіки методів дослідження. О. М. Ібрагімова та Л. М. Попов вивчали проблему об'єкта в психології та виділили два типи об'єктів, які найчастіше представлені в кандидатських та докторських дисертаціях. В одних випадках – це люди, які відносяться до певної групи: соціальної, вікової, професійної, етнічної; у других – абстрактно виділені сторони психологічної організації людини (наприклад: інтелектуальна, емоційна, мотиваційна, ціннісно-смилова сфера). Вони вказують, що останнім часом більшість досліджень мають абстрактний характер (Ібрагімова, с. 34 – 40). Проведений аналіз дисертаційних робіт, які пов'язані з поняттям підприємливість, вказує на те, що усі вони відносяться до другої групи дисертаційних досліджень і носять прикладний характер.

Відомо, що психологія як наука має свій категоріальний апарат, який об'єднує чотири групи основних понять: психологічні процеси, психологічні стани, психологічні властивості особистості і психологічні новоутворення. Загальна психологія визначає тільки перші три категорії. А вікова психологія виділяє четверту категорію – психологічні

новоутворення. Під віковими новоутвореннями розуміють той новий тип будови особистості та її діяльності, ті фізичні та соціальні зміни, які виникають на даному ступені вперше і які визначають в найголовнішому і основному свідомість дитини в її відношенні до середовища, її внутрішнє і зовнішнє життя і весь хід її розвитку в даний період. А. В. Шамне доповнює поняття психологічного новоутворення і визначає його як онтогенетично-своєрідної й системно-організованої єдності процесу та результату утворення нової психологічної якості, яка перебудовує попередньо сформовані рівні психічної організації і через вплив на характер функціонування реорганізує структуру подальшого психічного розвитку в онтогенезі різного віку (Шамне, 2005).

На думку Е. Е. Кравцової визначення психологічних особливостей віку за допомогою вікових психологічних новоутворень дозволяє відповісти на питання, що стосуються умов, механізмів і закономірностей психічного розвитку (Кравцова, 1996).

У своїй роботі «Работа и личность. Трудоголизм, перфекционизм, лень» відомий російський психолог Є. П. Ільїн стверджує, що однією із професійно важливих якостей особистості, що впливають на ефективність багатьох, якщо не всіх, видів праці, є підприємливість. Він говорить, що підприємливість зазвичай розглядається вченими як специфічний тип поведінки і, рідко, – як особистісна властивість. Ільїн пояснює це тим, що проблемою підприємливості більш займаються соціологи та економісти, і рідше – психологи (Ільїн, 2011).

Отже, на сучасному етапі розвитку суспільства підприємництво не вирішує поставлених перед ним завдань. Однією із причин є нестача людей, наділених підприємливістю – рисою, яка забезпечує успіх не тільки підприємців, а й усіх менеджерів різних рівнів.

Молодь, описуючи психологічний образ підприємця, не згадує таке поняття як підприємливість.

Заслужують на увагу ті роботи вчених, що піднімають питання підприємливості. Однак, їхні думки неоднозначні та потребують систематизації.

Питання підприємливості є перспективним напрямом для подальшого вивчення і популяризації серед молоді. Психологам необхідно долучитися до формування національного потенціалу підприємливості.